

ANALISIS PENGARUH HARGA JUAL, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO TUNAS JAYA SPORTS BANJARMASIN

Aulia Rahman¹, Farida Yulianti², Dwi Wahyu Artiningsih³

¹Mahasiswa (S-1) Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM16310388

²Dosen (S-1) Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK069809131

³Dosen (S-1) Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK061702981

E-mail : auliarahman468@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) pengaruh harga jual terhadap kepuasan konsumen di toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin, (2) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin, (3) Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin, (4) Pengaruh harga jual, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh positif harga jual terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (2,111) yang lebih besar dari t tabel (1,675), (2) Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (3,054) yang lebih besar dari t tabel (1,675), (3) Terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (4,594) yang lebih besar dari t tabel (1,675), (4) Terdapat pengaruh harga jual, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian diperoleh nilai F sebesar 20,669 dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin baik harga, kualitas produk dan lokasi yang diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen di toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin

Kata Kunci : Harga Jual, Kualitas Produk, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to examine: (1) the effect of selling price on customer satisfaction at the Tunas Jaya Sports Banjarmasin store, (2) The effect of product quality on customer satisfaction at the Tunas Jaya Sports Banjarmasin store, (3) The effect of location on customer satisfaction at the Tunas Jaya Sports Banjarmasin store, (4) The effect of selling price, product quality and location on customer satisfaction at the Tunas Jaya Sports Banjarmasin store.

This study uses purposive sampling. The sample in this study amounted to 50 respondents. The data collection instrument used a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear regression.

The results showed (1) there was a positive effect on the selling price of consumer satisfaction at Tunas Jaya Sports Store, Banjarmasin. This is evidenced by the value of t count (2.111) which is greater than t table (1.675), (2) There is a positive effect of product quality on consumer satisfaction at Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin. This is evidenced by the value of t count (3.054) which is greater than t table (1.675), (3) There is a positive effect of location on customer satisfaction at Tunas Jaya Sports Store Banjarmasin. This is evidenced by the value of t count (4.594) which is greater than t table (1.675), (4) There is an effect of selling price, product quality and location on consumer satisfaction at Tunas Jaya Sports Store Banjarmasin. This is evidenced by the test results obtained by the F value of 20.669 with a significance value (0.000) less than 0.05. This shows that, the better the price, product quality and location given, it will increase customer satisfaction at the Tunas Jaya Sports Banjarmasin store.

Keywords: Selling Price, Product Quality, Location and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pasar lima bagian dari beberapa pasar yang terdapat dikota Banjarmasin. Pasar lima terletak dikelurahan kertak baru ilir di kecamatan banjarmasin tengah. Disini menjual berbagai macam keperluan sehari-hari. Mulai dari kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako), fashion dan barang pecah belah. Pasar lima diapit oleh dua pasar yaitu pasar sudimampir dan pasar ujung murung. Karena

diapit oleh dua pasar sehingga aktivitas dipasar lima menjadi ramai setiap harinya. Pasar lima juga merupakan salah satu transetter dalam menentukan perkembangan harga setiap hari.

Pada awalnya pasar lima merupakan sebuah pasar tradisional dimana transaksi dilakukan secara tatap muka antara penjual dan pembeli. Pasar lima sebagai tempat transaksi jual beli antara penjual (pedagang) dan pembeli (konsumen) memiliki peran dan fungsi penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang pada awalnya hanya bersumber pada kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok).

Setiap barang yang dijual pasti memiliki manfaat tertentu dan kualitas yang sesuai untuk si pembeli sehingga pembeli akan tertarik untuk membelinya. Setiap manfaat dan kualitas yang ada pada barang yang ada tersebut pasti memiliki harga tertentu. Dimana semakin besar manfaat dan semakin baik kualitasnya maka semakin tinggi harga jualnya. Karena pasar lima merupakan pasar tradisional maka harga jual dan harga beli dapat dilakukan penawaran untuk mendapat kesepakatan antara si penjual dan si pembeli sehingga menghasilkan transaksi jual beli yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Pada salah satu toko dikawasan pasar lima Banjarmasin yang menyediakan berbagai macam alat olahraga seringkali ramai dikunjungi pembeli. Toko tersebut berada di pinggir jalan di kawasan pasar lima Banjarmasin. Karena letaknya yang cukup strategis sehingga toko tersebut ramai dikunjungi pembeli. Namun karena adanya persaingan yang ketat di kawasan tersebut yang mana harga jual yang di miliki oleh toko tersebut sedikit lebih mahal daripada harga jual yang diberikan para pedagang pasar lima, hal ini berpengaruh terhadap kegiatan usahanya. Nama toko tersebut adalah Tunas Jaya Sports Banjarmasin.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang datanya bersifat statistik dalam menelaah bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungannya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Pada penelitian survei, informasi yang dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner/ wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Data

1) Ujiavaliditas dan Uji Relliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang didapat dilapangan memang benar-benar layak untuk diteliti atau tidak. Pada pengujian ini peneliti menggunakan ujiavaliditas dan Uji Relliabilitas.

(1) Ujiavaliditas

.Butir soal dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada konsumen pada toko Tunas Jaya Sports yang berjumlah 50 responden dan taraf kesalahan 5% yang mana diperoleh $r_{tabel} = 0.279$. Adapun ringkasan hasil dari ujiavaliditas dirangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel Hasil Ujiavaliditas Variabel Harga Jual

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,603	0.279	Valid
X1.2	0,592	0.279	Valid
X1.3	0,643	0.279	Valid
X1.4	0,441	0.279	Valid
X1.5	0,493	0.279	Valid

Tabel Hasil Ujiavaliditas Variabel Kualitas Produk

Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,478	0.279	Valid
X1.2	0,602	0.279	Valid
X1.3	0,517	0.279	Valid
X1.4	0,476	0.279	Valid
X1.5	0,538	0.279	Valid

Tabel Hasil Ujiavaliditas Variabel Lokasi

Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,361	0.279	Valid
X1.2	0,654	0.279	Valid
X1.3	0,648	0.279	Valid
X1.4	0,621	0.279	Valid
X1.5	0,534	0.279	Valid

Tabel Uji Hasil Validitas Variabel Kepuasan

Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,391	0.279	Valid
X1.2	0,501	0.279	Valid
X1.3	0,580	0.279	Valid
X1.4	0,605	0.279	Valid
X1.5	0,490	0.279	Valid

Hasil perhitungan Ujiavaliditas seperti terlihat di tabel-tabel diatas, menunjukkan bahwa semua *Rhitung* > *Rtabel* pada nilai signifikansi 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam kuesioner penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

(2) Uji Reliabilitas

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika *alpha* lebih besar dari *Rtabel*. Adapun ringkasan hasil dari Uji Reliabilitas dirangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1	0,431	0.279	Reliabel
X2	0,337	0.279	Reliabel
X3	0,463	0.279	Reliabel
Y	0,296	0.279	Reliabel

Dari hasil Uji Reliabilitas ini diperoleh nilai koefisien reliabilitas variabel X1 sebesar 0,431, variabel X2 sebesar 0,337, Variabel X3 sebesar 0,463 dan variabel Y sebesar 0,296. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

2) Ujiasumsi Klasik

Ujiasumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi berganda. Ujiasumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastitas yang dilakukan menggunakan aplikasi komputer IBM SPSS *Statistics* 23. Hasil ujiasumsi klasik disajikan sebagai berikut:

(1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Dalam penelitian ini, menggunakan uji kolmogrov-smirnov dengan hasil yang dapat dilihat pada Tabel

**Tabel Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06044391
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.079
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov didapatkan hasil signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

(2) Uji Multikolinieritas

. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas untuk model regresi. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian disajikan pada Tabel 24.

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Harga jual	0,746	1,340	Non multikolinieritas
Kualitas produk	0,814	1,228	Non multikolinieritas
Lokasi	0,888	1,127	Non multikolinieritas

Dari Tabel 24, terlihat bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

(3) Uji Heteroskedastisitas

. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel Analisis Regresi Berganda :

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			Unstandardized Residual
			x1	x2	x3	
Spearman's rho	x1	Correlation Coefficient	1.000	.464**	.276	-.020
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.052	.891
		N	50	50	50	50
	x2	Correlation Coefficient	.464**	1.000	.151	.028
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.294	.845
		N	50	50	50	50
	x3	Correlation Coefficient	.276	.151	1.000	.036
		Sig. (2-tailed)	.052	.294	.	.804
		N	50	50	50	50
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.020	.028	.036	1.000
		Sig. (2-tailed)	.891	.845	.804	.
		N	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel indenpenden mempunyai signifikansi korelasi lebih dari 0,05 dengan understandardized residual, yaitu harga memiliki signifikans sebesar 0,949, kualitas produk sebesar 0,920 dan lokasi sebesar 0,951. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

(4) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga jual, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin. Berikut hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 23 yang dapat dilihat pada Tabel

**Tabel asil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.984	2.201		1.810	.077
x1	.185	.088	.235	2.111	.040
x2	.272	.089	.326	3.054	.004
x3	.387	.084	.469	4.594	.000

a. Dependent Variable: y

Dari tabel di atas, dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,984 + 0,185X_1 + 0,272X_2 + 0,387X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa koefisien regresi harga jual (X_1) sebesar 0,185 dan bernilai positif, maka setiap penambahan satu satuan skor harga jual (X_1) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,185 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap. Kemudian, diketahui koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebesar 0,272 dan bernilai positif, maka setiap penambahan satu satuan skor kualitas produk (X_2) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,272 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap. Koefisien regresi lokasi (X_3) sebesar 0,387 dan bernilai positif, maka setiap penambahan satu satuan skor lokasi (X_2) akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,387 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Dari uraian yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa harga jual, kualitas produk dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin.

2. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji t adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada di dalam model terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

(1) Harga Jual

Hasil secara statistik untuk variabel harga jual diperoleh nilai t hitung sebesar 2,111 dengan signifikansi 0,040. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (2,111) lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,040) lebih kecil 0,05 ($sig < 0,05$), maka hipotesis yang

menyatakan bahwa terdapat “variabel harga jual (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

(2) Kualitas Produk

Hasil secara statistik untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 3,054 dengan signifikansi 0,004. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (3,054) lebih kecil dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,004) lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

(3) Lokasi

Hasil secara statistik untuk variabel lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar 4,594 dengan signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (4,594) lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel lokasi (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

2) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi harga jual, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin.

Dari hasil secara statistik, diperoleh nilai F sebesar 20,669 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel harga jual, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen” diterima.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1. Semakin besar angka koefisien determinasi, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji Adjusted R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,546. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga jual, kualitas produk dan lokasi sebesar 54,6, sedangkan sisanya sebesar 45,4 oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jual, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin.

(1) Pengaruh Harga Jual terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga jual memiliki nilai t hitung sebesar 2,111 dengan signifikansi 0,040. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (2,111) lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,040) lebih kecil 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat “variabel harga jual (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade (2016) dimana variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan sebesar 76,9%.

(2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 3,054 dengan signifikansi 0,004. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (3,054) lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,004) lebih kecil 0,05 ($\text{sig} < 0,05$),

maka hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

Perusahaan yang tidak memperhatikan produk yang mereka jual akan menanggung tidak puasnya konsumen sehingga penjualan produknya akan cenderung mengalami penurunan. Namun, jika perusahaan tersebut memperhatikan kualitas produknya, maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Dengan demikian kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan nilai dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia (2015) dimana variabel kualitas produk dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *M2 Fashion Online* di Singaraja Tahun 2015

(3) Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai t hitung sebesar 4,594 dengan signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut, nilai t hitung (4,594) lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel lokasi (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)” diterima.

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang ideal adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/serendah mungkin. Lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing, yang sudah barang tentu menyebabkan kerugian. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap perusahaan.

Lokasi Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin yang berada di Kawasan Pasar Lima yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, nyaman untuk transaksi jual beli, serta peraturan pemerintah dalam mengatur pasar ini agar lebih baik merupakan faktor terhadap kesan yang dirasakan konsumen selama melakukan pembelian di Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2015) dimana variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pasar tradisional di kecamatan Medan Johor dengan nilai t hitung sebesar 3,068 dan tingkat signifikansi sebesar 0,003.

(4) Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tunas Jaya Sports Banjarmasin

Dari hasil secara statistik, diperoleh nilai F sebesar 20,669 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “variabel harga jual, kualitas produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen” diterima.

Faktor yang kedua adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk dalam memuaskan keinginan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli tentunya akan meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak biaya diluar harga produk yang mereka beli.

Oleh karena itu, pemilihan lokasi tempat usaha perlu dijadikan salah satu pertimbangan ketika kita ingin mendirikan suatu usaha

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif harga jual terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (2,111) yang lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,040) lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,185.
2. Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (3,054) yang lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,004) lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,272.
3. Terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (4,594) yang lebih besar dari t tabel (1,675) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,387.
4. Terdapat pengaruh harga jual, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Toko Tunas Jaya *Sports* Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian diperoleh nilai F sebesar 20,669 dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S.M. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. Jurnal Ekonomi. 7(2):12-13.
- Ahmad, S.2015.Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor. Jurnal Manajemen Bisnis. 3(1): 1-10.
- Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Angipora, Hendra. 2002, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang”, *Journal of Management*, Vol. 2, No. 3.
- Anshori, Iswati, 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya : Airlangga University Press
- Ariani, D.W. 2003. Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Boone, L.E dan Kurtz, D.L.2002. Pengantar Bisnis Jilid ke-1 (Terjemahan Anwar Fadriansyah). Jakarta: Erlangga.
- Buchari, A. 2003.Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Gaspersz, V. 2006. Total Quality Management untuk Praktisi Bisnis dan Industri. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D, dan Miniard, D.W. 1994. Perilaku Konsumen Jilid I (Boediono Terjemahan). Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fitrah, Luthfiyah, 2017, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, Sukabumi : CV Jejak
- Hansen, D.R. dan Mowen, M.M. 2001. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Harjanto, R. 2009. Prinsip-Prinsip Periklanan. Jakarta: PT Gramedia Jakarta.

- Hurriyati, R. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA.
- Indira, F. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik*. 1(1): 2-9.
- Juliansyah, N.2012. Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. 2009). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. *Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Makinuddin dan Tri, H.S. 2006. Analisis Sosial: Bersaksi dalam Advokasi Irigasi. Bandung: Yayasan AKATIGA.
- Muhson, A. 2005. Diktat Mata Kuliah: Aplikasi Komputer. Yogyakarta: Pendidikan Ekonomi FISE UNY.
- Mulyadi. 2001. Akutansi Biaya Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Murdifin, H. 2007. Manajemen Produk Modern. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saifuddin, A. 2012. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siregar, S. 2011. Statistika Deskriptif untuk Penelitian. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sofa. 2008. Teori Lokasi dan August Losch. Yogyakarta : Pusat Penelitian Kependudukan UGM.
- Solihin, Ismail. 2012. Managemen Strategi. Jakarta : Erlangga
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Stanton,W. J. 1998. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suwarman, U. 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, M. 2007. Strategic Management Global Most Admired Companies. Yogyakarta : C.V Andi
- Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing
- Umar, H . 2000. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C.M. 2006. Manajemen Ritel. Jakarta :. Salembah Empat
- William J. Stanton. 1998. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Wiratna Sujarweni,2015. Metodologi Penelitian Bisnis & ekonomi, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- Yulia, P. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*. 5(1): 11-12.